

Imam nešto važno da vam kažem

Kako uspešno brendirati sebe

Tako da te prate ljudi koje ti želiš

SASVIM
DIGITALNO



Zašto ste danas ovde?

**Počnite nespremni jer nikada
nećete biti dovoljno spremni.**

Ko sam ja?
Šta mi je znanje
doneo?

SASVIM
DIGITALNO



Zašto bi ovo trebalo da naučite

SASVIM
DIGITALNO



Tri razloga

Ovim pitanjima se bavi samo mali broj ljudi, zato su i uspešni

90% preduzetnika ovo uopšte ne uradi, već radi po "osećaju"

Ako nemate svoj plan, postajete deo nečijeg plana

Šta ćemo danas raditi

SASVIM
DIGITALNO



Na kraju današnjeg druženja ćete...

Naučiti šta je lični branding

Razumećete razliku između
marketinga i brendinga

Biće vam jasno kako da napišete
priču svog brenda

Saznaćete zašto ljudi prate i
kako da sredite profil da vas
ljudi prate rado prate

Kako će vam ovo pomoći



SASVIM
DIGITALNO

Tri prednosti

Pratiće vas samo oni ljudi koje vi želite, po vrednostima (manje ludaka)

Imaćete mnogo bolje rezultate

Znaćete konkretno šta da uradite na profilu

Šta će se desiti ako ovo ne primenite

SASVIM
DIGITALNO

**Ako nije u mišićima,
znanje je samo pusta glasina**

Kada uđete u pogrešan voz,
sve stanice su pogrešne

Ući ćete u pravi voz

Još je bolje, vi upravljate



Šta je Brending?

SASVIM
DIGITALNO



Šta je Branding?

Šta je brendiranje?
Šta je brend?

SASVIM
DIGITALNO



Šta je Branding?

Šta je brendiranje?

Šta je brend?

Brend je proizvod/usluga za koju je vezana **dobra** priča.

Dobra priča daje vrednost tvom brendu. Ljudi počinju da se **poistovećuju** sa tobom i tvojim uverenjima, da osećaju **pripadnost**, da **veruju** u ono u šta ti veruješ. Da **osećaju** emociju prema tvom brendu.

SASVIM
DIGITALNO



Šta je Branding?

Šta je brendiranje?

Šta je brend?

Brend je proizvod/usluga za koju je vezana **dobra** priča.

Dobra priča daje vrednost tvom brendu. Ljudi počinju da se **poistovećuju** sa tobom i tvojim uverenjima, da osećaju **pripadnost**, da **veruju** u ono u šta ti veruješ. Da **osećaju** emociju prema tvom brendu.

SASVIM
DIGITALNO

Google



SAMSUNG

HYATT®

Šta je Branding?

Šta je brendiranje?

Šta je brend?

Dodatna vrednost koju darujemo je vrednost brenda

Dobra priča daje vrednost tvom brendu. Ljudi počinju da se **poistovećuju** sa tobom i tvojim uverenjima, da osećaju **pripadnost**, da **veruju** u ono u šta ti veruješ. Da **osećaju** emociju prema tvom brendu.

\$1.65



\$3.65



Modul 1:

Lični Branding

Brand identitet

Brand imidž- reputacija



Modul 1:

Lični Branding

SASVIM
DIGITALNO

Brend identitet

Logo, sajt, boje fontovi
slike, ime, ton obraćanja
Utičemo na njega



ŠTA POMISLITE PRVO?

Brend imidž- reputacija

Modul 1:

Lični Branding

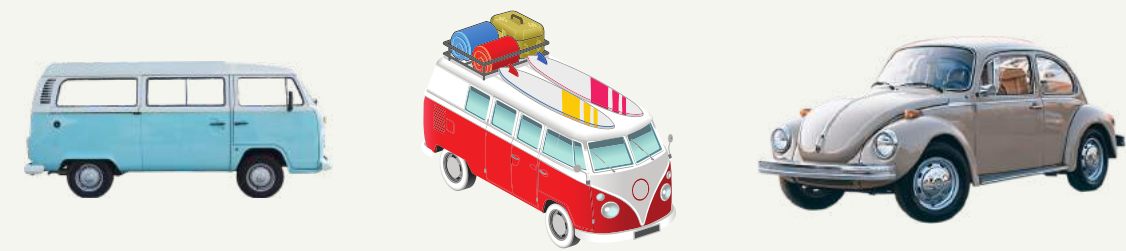
Brend identitet

Logo, sajt, boje fontovi
slike, ime, ton obraćanja
Utičemo na njega



Brend imidž- reputacija

Imidž je ono što ljudi kažu i pričaju
o vama kada izađete iz sobe. Osećaj koji imaju kada
vas neko spomene. Ne utičemo direktno na njega



NARODNI AUTO - GOLF DVOJKA



SASVIM
DIGITALNO





SASVIM
DIGITALNO



V S



LIČNI BRENDING

LOGO

Ovu piramidu je osmislila
Snežana Marković njen
profil možete naći ovde



SASVIM
DIGITALNO



LIČNI BRENDING

LOGO

IDENTITET

Ovu piramidu je osmislila
Snežana Marković njen
profil možete naći ovde



SASVIM
DIGITALNO



LIČNI BRENDING



Ovu piramidu je osmislila
Snežana Marković njen
profil možete naći ovde



SASVIM
DIGITALNO



LIČNI BRENDING

LOGO

IDENTITET

VAŠA PORUKA

RAZVOJ USLUGE I PROIZVODA

Ovu piramidu je osmislila
Snežana Marković njen
profil možete naći ovde



SASVIM
DIGITALNO



LIČNI BRENDING

LOGO

IDENTITET

VAŠA PORUKA

RAZVOJ USLUGE I PROIZVODA

VAŠA KOKNURENTNA PREDNOST

Ovu piramidu je osmislila
Snežana Marković njen
profil možete naći ovde



SASVIM
DIGITALNO



LIČNI BRENDING

LOGO

IDENTITET

VAŠA PORUKA

RAZVOJ USLUGE I PROIZVODA

VAŠA KOKNURENTNA PREDNOST

VAŠA PONUDA

Ovu piramidu je osmislila
Snežana Marković njen
profil možete naći ovde



SASVIM
DIGITALNO



LIČNI BRENDING

LOGO

IDENTITET

VAŠA PORUKA

RAZVOJ USLUGE I PROIZVODA

VAŠA KOKNURENTNA PREDNOST

VAŠA PONUDA

VAŠI IDEALNI KUPCI

Ovu piramidu je osmislila
Snežana Marković njen
profil možete naći ovde



SASVIM
DIGITALNO



LIČNI BRENDING

LOGO

IDENTITET

VAŠA PORUKA

RAZVOJ USLUGE I PROIZVODA

VAŠA KOKNURENTNA PREDNOST

VAŠA PONUDA

VAŠI IDEALNI KUPCI

VAŠE OSNOVNE VREDNOSTI

Ovu piramidu je osmislila
Snežana Marković njen
profil možete naći ovde



SASVIM
DIGITALNO



LIČNI BRENDING

Ima li ovo smisla?

Logično?

Jasno?

LOGO

IDENTITET

VAŠA PORUKA

RAZVOJ USLUGE I PROIZVODA

VAŠA KOKNURENTNA PREDNOST

VAŠA PONUDA

VAŠI IDEALNI KUPCI

VAŠE OSNOVNE VREDNOSTI

Ovu piramidu je osmislila
Snežana Marković njen
profil možete naći ovde



SASVIM
DIGITALNO



S SNEŽANA
MARKOVIĆ

LIČNI BRENDING

Bežite od Smisla :)

I od logike

I jasnoće

LOGO

IDENTITET

VAŠA PORUKA

RA

VAS

**Ovu piramidu je osmislila
Snežana Marković njen
profil možete naći ovde**



SASVIM
DIGITALNO



Marketing

Brending

Marketing

- Marketing je kada pozovete devojku na večeru



Brending

Marketing

- Marketing je kada pozovete devojku na večeru
- Marketing kaže "Kupi me"



Brending

Marketing

- Marketing je kada pozovete devojku na večeru
- Marketing kaže "Kupi me"
- Bez marketinga kao da namigujete devojci u mraku



Brending

Marketing

- Marketing je kada pozovete devojku na večeru
- Marketing kaže "Kupi me"
- Bez marketinga kao da namigujete devojci u mraku



Brending



Marketing

- Marketing je kada pozovete devojku na večeru
- Marketing kaže "Kupi me"
- Bez marketinga kao da namigujete devojci u mraku



Brending

- Brending je razlog zašto ona kaže Da



Marketing

- Marketing je kada pozovete devojku na večeru
- Marketing kaže "Kupi me"
- Bez marketinga kao da namigujete devojci u mraku



Brending

- Brending je razlog zašto ona kaže Da
- Brending kaže "Čao, ja ti mogu pomoći da rešiš problem i ostvariš svoje želje. Znam kako to da uradiš, ljudi kojima sam pomagao su zadovoljni. Možeš me angažovati/kupiti ako hoćeš"



Marketing

- Marketing je kada pozovete devojku na večeru
- Marketing kaže "Kupi me"
- Bez marketinga kao da namigujete devojci u mraku



Brending

- Brending je razlog zašto ona kaže Da
- Brending kaže "Čao, ja ti mogu pomoći da rešiš problem i ostvariš svoje želje. Znam kako to da uradiš, ljudi kojima sam pomagao su zadovoljni. Možeš me angažovati/kupiti ako hoćeš"
- Bez brendinga joj džabe namigujete



Marketing

- Marketing je kada pozovete devojku na večeru
- **Marketing kaže "Kupi me"**
- Bez marketinga kao da namigujete devojci u mraku



Brending

- Brending je razlog zašto ona kaže Da
- **Brending kaže "Čao, ja ti mogu pomoći da rešiš problem i ostvariš svoje želje. Znam kako to da uradiš, ljudi kojima sam pomagao su zadovoljni. Možeš me angažovati/kupiti ako hoćeš"**
- Bez brendinga joj džabe namigujete



SASVIM
DIGITALNO

VAŠE OSNOVNE VREDNOSTI

S SNEŽANA
MARKOVIĆ

SASVIM
DIGITALNO

VAŠI IDEALNI KUPCI

VAŠE OSNOVNE VREDNOSTI

S SNEŽANA
MARKOVIĆ

SASVIM
DIGITALNO

VAŠA PONUDA

VAŠI IDEALNI KUPCI

VAŠE OSNOVNE VREDNOSTI

SASVIM
DIGITALNO

VAŠA KOKNURENTNA PREDNOST

VAŠA PONUDA

VAŠI IDEALNI KUPCI

VAŠE OSNOVNE VREDNOSTI

SASVIM
DIGITALNO

RAZVOJ USLUGE I PROIZVODA

VAŠA KOKNURENTNA PREDNOST

VAŠA PONUDA

VAŠI IDEALNI KUPCI

VAŠE OSNOVNE VREDNOSTI

SASVIM
DIGITALNO

VAŠA PORUKA

RAZVOJ USLUGE I PROIZVODA

VAŠA KOKNURENTNA PREDNOST

VAŠA PONUDA

VAŠI IDEALNI KUPCI

VAŠE OSNOVNE VREDNOSTI

SASVIM
DIGITALNO

IDENTITET

VAŠA PORUKA

RAZVOJ USLUGE I PROIZVODA

VAŠA KOKNURENTNA PREDNOST

VAŠA PONUDA

VAŠI IDEALNI KUPCI

VAŠE OSNOVNE VREDNOSTI

LIČNI BRENDING

LOGO

IDENTITET

VAŠA PORUKA

RAZVOJ USLUGE I PROIZVODA

VAŠA KOKNURENTNA PREDNOST

VAŠA PONUDA

VAŠI IDEALNI KUPCI

VAŠE OSNOVNE VREDNOSTI

SASVIM
DIGITALNO



LIČNI BRENDING

LOGO

IDENTITET

VAŠA PORUKA

RAZVOJ USLUGE I PROIZVODA

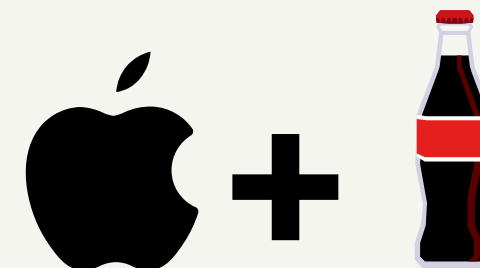
VAŠA KOKNURENTNA PREDNOST

VAŠA PONUDA

VAŠI IDEALNI KUPCI

VAŠE OSNOVNE VREDNOSTI

SASVIM
DIGITALNO



LIČNI BRENDING

LOGO

IDENTITET

VAŠA PORUKA

RAZVOJ USLUGE I PROIZVODA

VAŠA KONKURENTNA PREDNOST

VAŠA PONUDA

VAŠI IDEALNI KUPCI

VAŠE OSNOVNE VREDNOSTI

SASVIM
DIGITALNO



LIČNI BRENDING

LOGO

IDENTITET

VAŠA PORUKA

SASVIM
DIGITALNO

RAZVOJ USLUGE I PROIZVODA

VAŠA KONKURENTNA PREDNOST

VAŠA PONUDA

VAŠI IDEALNI KUPCI

VAŠE OSNOVNE VREDNOSTI

NIJE ZA SVAKOGA-ADVOKATI



LIČNI BRENDING

LOGO

IDENTITET

VAŠA PORUKA

SASVIM
DIGITALNO

RAZVOJ USLUGE I PROIZVODA

VAŠA KONKURENTNA PREDNOST

VAŠA PONUDA

VAŠI IDEALNI KUPCI

VAŠE OSNOVNE VREDNOSTI

POZICIONIRANJE-USP

NIJE ZA SVAKOGA-ADVOKATI



LIČNI BRENDING

LOGO

IDENTITET

VAŠA PORUKA

SASVIM
DIGITALNO

RAZVOJ USLUGE I PROIZVODA

VAŠA KONKURENTNA PREDNOST

VAŠA PONUDA

VAŠI IDEALNI KUPCI

VAŠE OSNOVNE VREDNOSTI

ZONA GENIJALNOST - BLUE OCEAN
(BMW KARAVAN)

POZICIONIRANJE-USP

NIJE ZA SVAKOGA-ADVOKATI



LIČNI BRENDING

LOGO

IDENTITET

VAŠA PORUKA

SASVIM
DIGITALNO

RAZVOJ USLUGE I PROIZVODA

VAŠA KONKURENTNA PREDNOST

VAŠA PONUDA

VAŠI IDEALNI KUPCI

VAŠE OSNOVNE VREDNOSTI

JASNO, KONKRETNO, ŠTA RADIŠ

ZONA GENIJALNOST - BLUE OCEAN

POZICIONIRANJE-USP

NIJE ZA SVAKOGA-ADVOKATI



LIČNI BRENDING

LOGO

IDENTITET

VAŠA PORUKA

SASVIM
DIGITALNO

RAZVOJ USLUGE I PROIZVODA

VAŠA KONKURENTNA PREDNOST

VAŠA PONUDA

VAŠI IDEALNI KUPCI

VAŠE OSNOVNE VREDNOSTI

ŠTA JE PRVO ŠTO LJUDI POMISLE

JASNO, KONKRETNO, ŠTA RADIŠ

ZONA GENIJALNOST - BLUE OCEAN

POZICIONIRANJE-USP

NIJE ZA SVAKOGA-ADVOKATI



LIČNI BRENDING

LOGO

IDENTITET

VAŠA PORUKA

RAZVOJ USLUGE I PROIZVODA

VAŠA KONKURENTNA PREDNOST

VAŠA PONUDA

VAŠI IDEALNI KUPCI

VAŠE OSNOVNE VREDNOSTI

VIZUELNI, BOJE, FONTOVI, SAJT, MREŽE

ŠTA JE PRVO ŠTO LJUDI POMISLE

JASNO, KONKRETNO, ŠTA RADIŠ

ZONA GENIJALNOST - BLUE OCEAN

POZICIONIRANJE-USP

NIJE ZA SVAKOGA-ADVOKATI



LIČNI BRENDING

LOGO

IDENTITET

VAŠA PORUKA

RAZVOJ USLUGE I PROIZVODA

VAŠA KONKURENTNA PREDNOST

VAŠA PONUDA

VAŠI IDEALNI KUPCI

VAŠE OSNOVNE VREDNOSTI

SASVIM
DIGITALNO

BREND > LOGO



VIZUELNI, BOJE, FONTOVI, SAJT, MREŽE

ŠTA JE PRVO ŠTO LJUDI POMISLE

JASNO, KONKRETNO, ŠTA RADIŠ

ZONA GENIJALNOST - BLUE OCEAN

POZICIONIRANJE-USP

NIJE ZA SVAKOGA-ADVOKATI



LIČNI BRENDING

LOGO

IDENTITET

VAŠA PORUKA

RAZVOJ USLUGE I PROIZVODA

VAŠA KONKURENTNA PREDNOST

VAŠA PONUDA

VAŠI IDEALNI KUPCI

VAŠE OSNOVNE VREDNOSTI

SASVIM
DIGITALNO



1976



1977



1995



1998



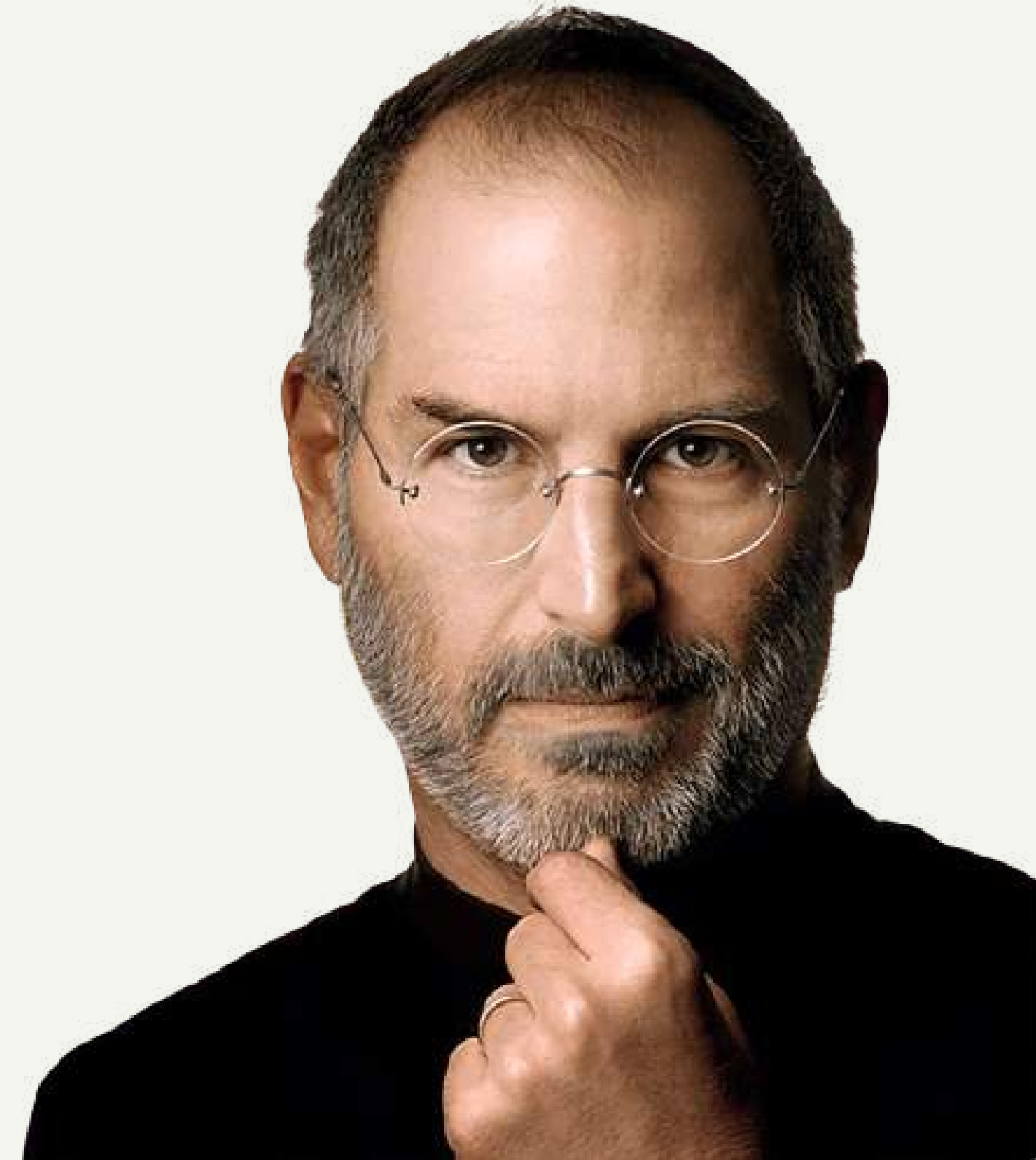
2001



2007



2015



#3 Pravila za uspešan Brend

SASVIM
DIGITALNO



#3 Pravila za uspešan Brend

SASVIM
DIGITALNO



Konkurencija ne postoji!

#3 Pravila za uspešan Brend

SASVIM
DIGITALNO



Konkurencija ne postoji!



Ljudi kupuju Zašto, ne kako!



#3 Pravila za uspešan Brend

SASVIM
DIGITALNO



Konkurencija ne postoji!



Ljudi kupuju Zašto, ne kako!



Poverenje prodaje

SASVIM
DIGITALNO



Konkurencija ne postoji!

Kako ne postoji kada su tu?
Ne možemo da se pravimo da ih nema.
Kako da se izborimo sa njima?
Kako da ih pobedimo?
Kako da ih uništimo?

1

SASVIM
DIGITALNO



Konkurencija ne postoji!

Kako ne postoji kada su tu?
Ne možemo da se pravimo da ih nema.
Kako da se izborimo sa njima?
Kako da ih pobedimo?
Kako da ih uništimo?

90%

ovako razmišlja o konkurenciji

Načini borbe sa konkurencijom

SASVIM
DIGITALNO



Načini borbe sa konkurencijom

1. I ja to radim

2.

3.



Načini borbe sa konkurencijom

1. I ja to radim

2. Ja to radim bolje

3.



Načini borbe sa konkurencijom

1. I ja to radim

2. Ja to radim bolje

3. Samo ja radim ovako





1. I ja to radim

2. Ja to radim bolje

3. Samo ja radim ovako



- 1. I ja to radim**
- 2. Ja to radim bolje**
- 3. Samo ja radim ovako**



- 1. Otvorite još jedan Taxi**
- 2.**
- 3.**



- 1. I ja to radim**
- 2. Ja to radim bolje**
- 3. Samo ja radim ovako**



20% NA POZIV

- 1. Otvorite još jedan Taxi**
- 2. Start se ne plaća**
- 3.**



1. I ja to radim

2. Ja to radim bolje

3. Samo ja radim ovako



20% NA POZIV

1. Otvorite još jedan Taxi

2. Start se ne plaća

3. CarGo, Uber



Pronađite probleme



SASVIM
DIGITALNO

1. Šta muči vašeg klijenta?

2. Šta ga nervira?

3. Zbog čega popizdi?





Pronadjite svoju zonu genijalnosti

- 1. Koje su tvoje supermoći?**
- 2. Šta ti radiš sjajno što može da pomogne tvom klijentu?**
- 3. Kako možeš da mu pomogneš?**

Ne traži greške
konkurencije, traži
probleme klijenata.

SASVIM
DIGITALNO



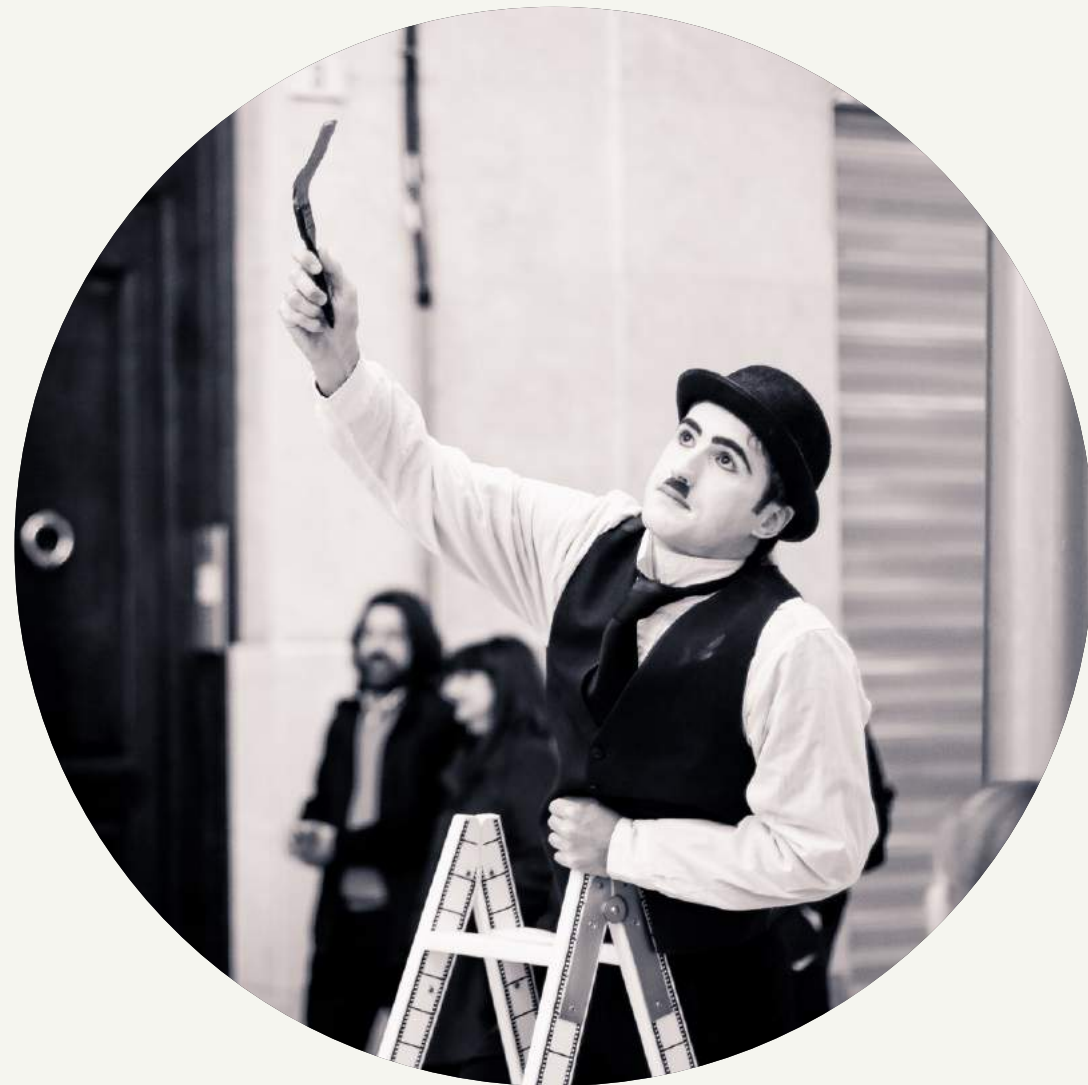
SASVIM
DIGITALNO

"Ono čemu se najviše divim kod vas jeste vaša univerzalnost. Vi ste umetnik koji ne kaže ni jednu jedinu reč, a ipak vas ceo svet razume."



Khaby

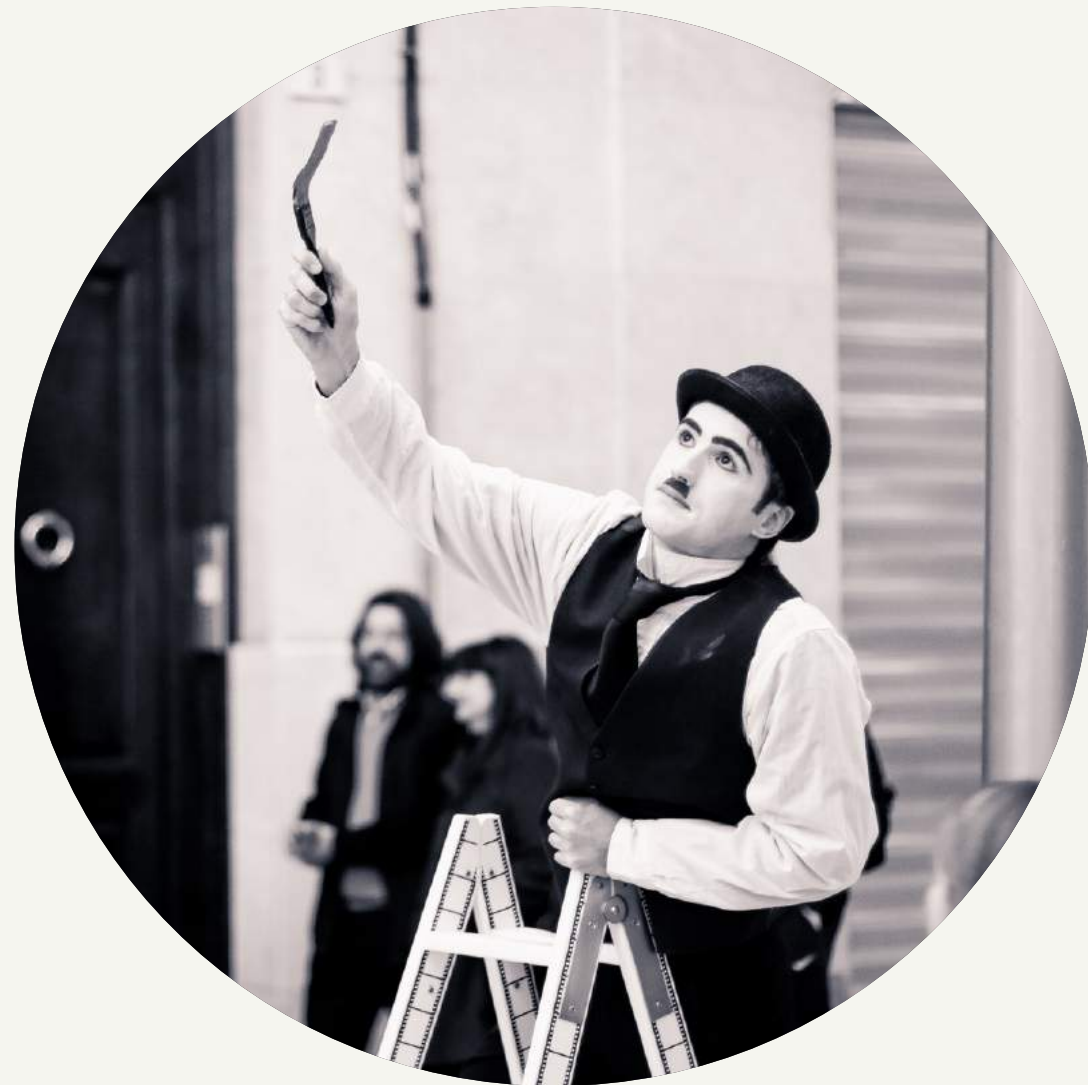
SASVIM
DIGITALNO



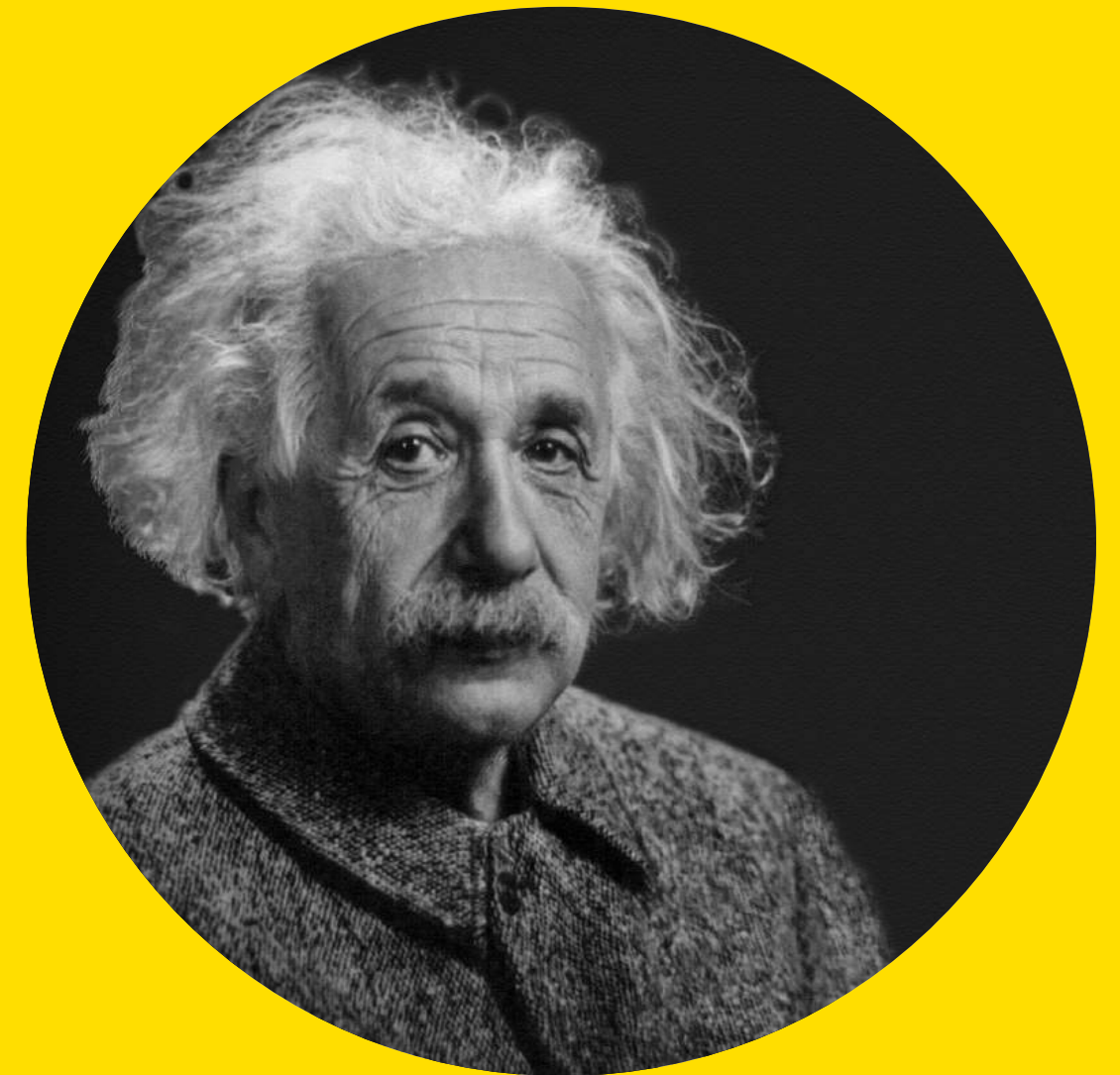
"Ono čemu se najviše divim kod vas jeste vaša univerzalnost. Vi ste umetnik koji ne kaže ni jednu jedinu reč, a ipak vas ceo svet razume."

"To je tačno" – odgovorio je Čaplin – "ali vaša slava je još veća – ceo svet vam se divi, a niko vas ništa ne razume!"

SASVIM
DIGITALNO



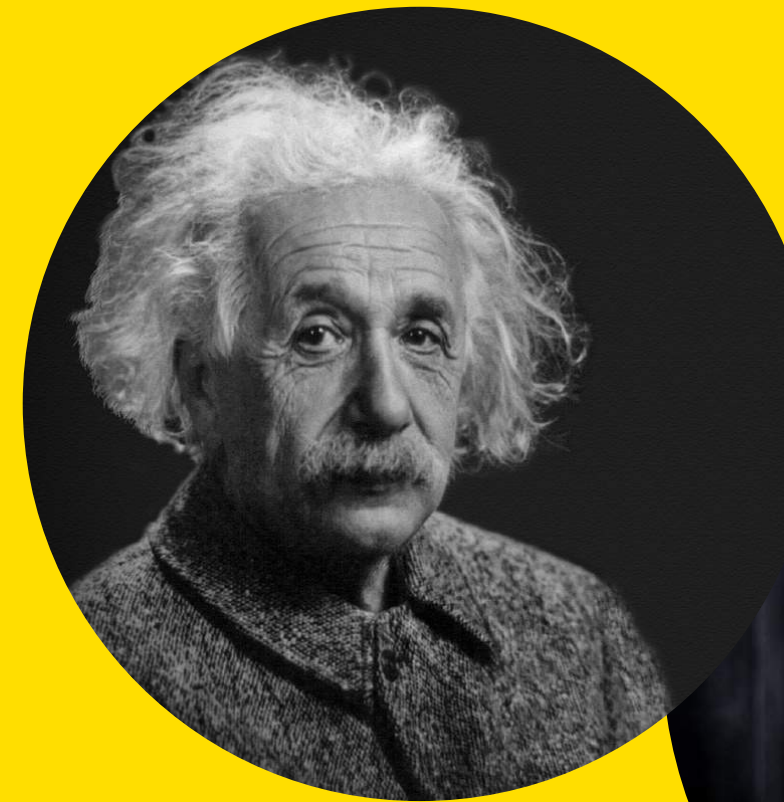
"Ono čemu se najviše divim kod vas jeste vaša univerzalnost. Vi ste umetnik koji ne kaže ni jednu jedinu reč, a ipak vas ceo svet razume."



"To je tačno" – odgovorio je Čaplin – "ali vaša slava je još veća – ceo svet vam se divi, a niko vas ništa ne razume!"

Oslušnite ljude oko sebe. Obično oni oko nas vide bolje ono što nam je ispred nosa.

TVOJE MESTO



SASVIM
DIGITALNO

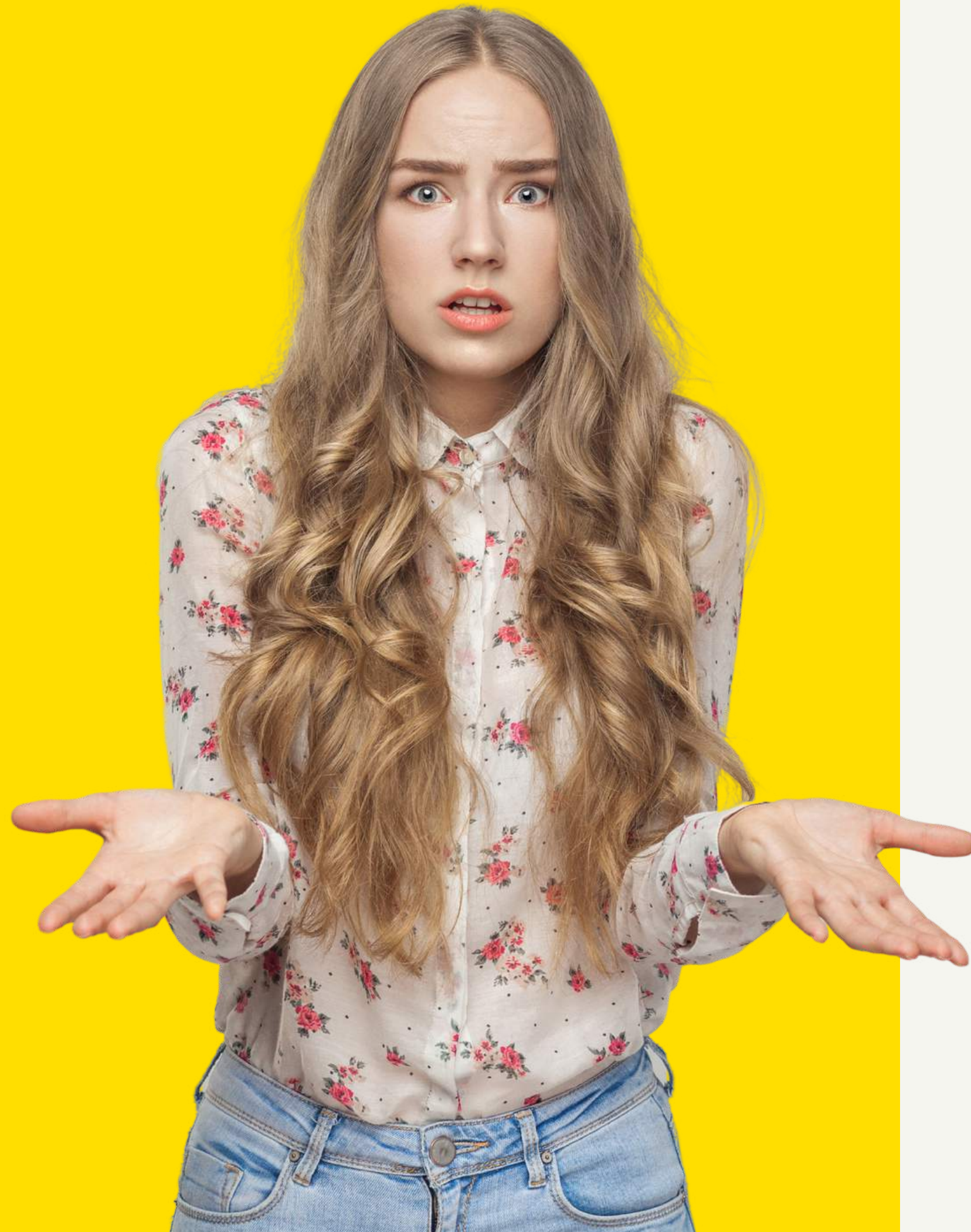


Ljudi kupuju Zašto, ne kako!

Ljudi ne kupuju uslugu i proizvod, ljudi kupuju "Zašto mi to radimo" Zanima ih i šta i kako ali, moć brendinga je upravo u odgovoru na Zašto?

2

SASVIM
DIGITALNO



Ljudi kupuju Zašto, ne kako!

Ljudi ne kupuju uslugu i proizvod, ljudi kupuju "Zašto mi to radimo" Zanima ih i šta i kako ali, moć brandinga je upravo u odgovoru na Zašto?

99%

komunicira šta rade

SASVIM
DIGITALNO



Ljudi kupuju Zašto, ne kako!

Ljudi ne kupuju uslugu i proizvod, ljudi kupuju "Zašto mi to radimo" Zanima ih i šta i kako ali, moć brendinga je upravo u odgovoru na Zašto?

99%

komunicira šta rade

60%

komunicira kako rade

SASVIM
DIGITALNO



Ljudi kupuju Zašto, ne kako!

Ljudi ne kupuju uslugu i proizvod, ljudi kupuju "Zašto mi to radimo" Zanima ih i šta i kako ali, moć brendinga je upravo u odgovoru na Zašto?

99%

komunicira šta rade

60%

komunicira kako rade

10%

komunicira zašto rade

SASVIM
DIGITALNO

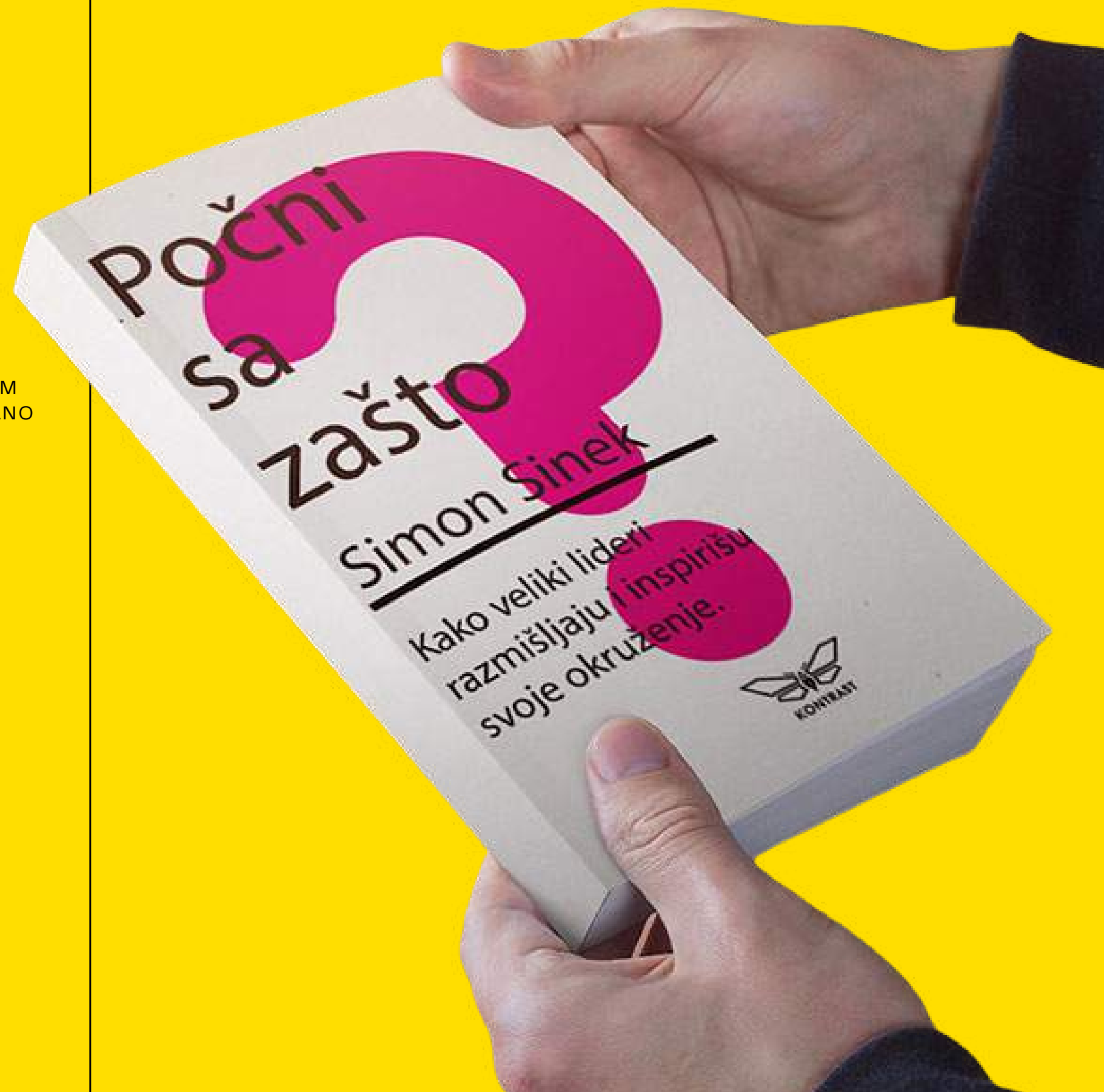


Start with why

Simon Sinek



SASVIM
DIGITALNO

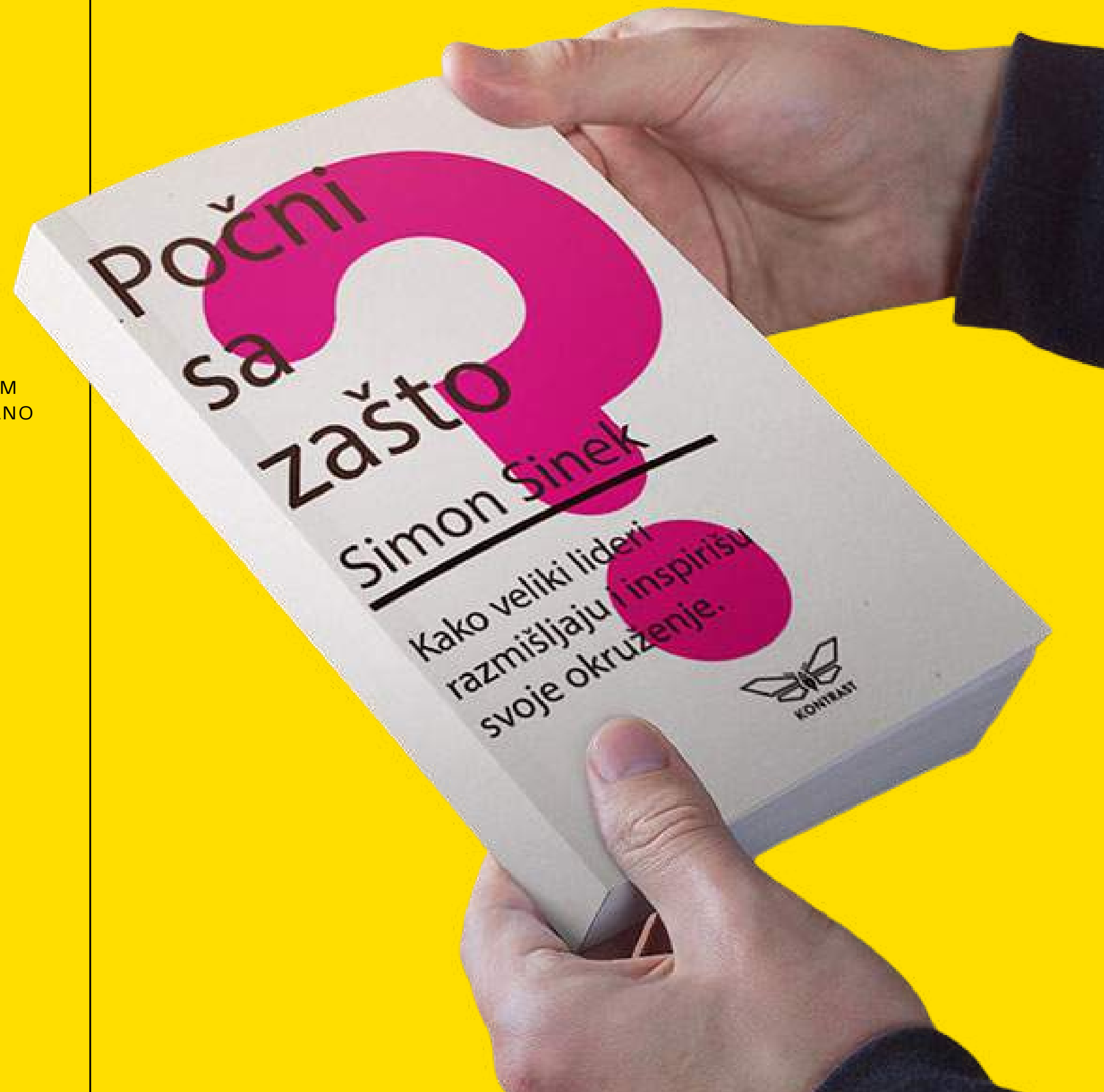


Start with why

Simon Sinek



SASVIM
DIGITALNO



Start with why

Simon Sinek



Zakonnost ovog pravila, i kako utiče na pratioce je najbolje obradila Sneška u svojoj COPY RADIONICI koju toplo preporučujem.

Ne preporučujem napamet, bio sam njen student.

SASVIM
DIGITALNO

Link vam je ovde



Start with why

Simon Sinek



ZAŠTO
FANOVI

ŠTA
LIDOVI

KAKO
KUPCI

S SNEŽANA
MARKOVIĆ

Poverenje



SASVIM
DIGITALNO

3



Poverenje

Kada imate poverenje vaše publike imate moć
da im prodate sve što poželite!

3



Poverenje

Kada imate poverenje vaše publike **imate moć** da im prodate sve što poželite!

Imate **šansu** koju vaši roditelji nisu imali.

U životu, poslu, odnosu, u svemu na svetu gde postoji dve strane najvažnija stvar je poverenje.

Priča tvog Brenda

Kako napisati svoju priču

Priča brenda treba da bude **kratka**, da se obrati konkretnoj **ciljnoj grupi**, da im pokaže **benefite i rezultate** i da odgovori na pitanje **zašto**.

SASVIM
DIGITALNO



Priča mog Brenda

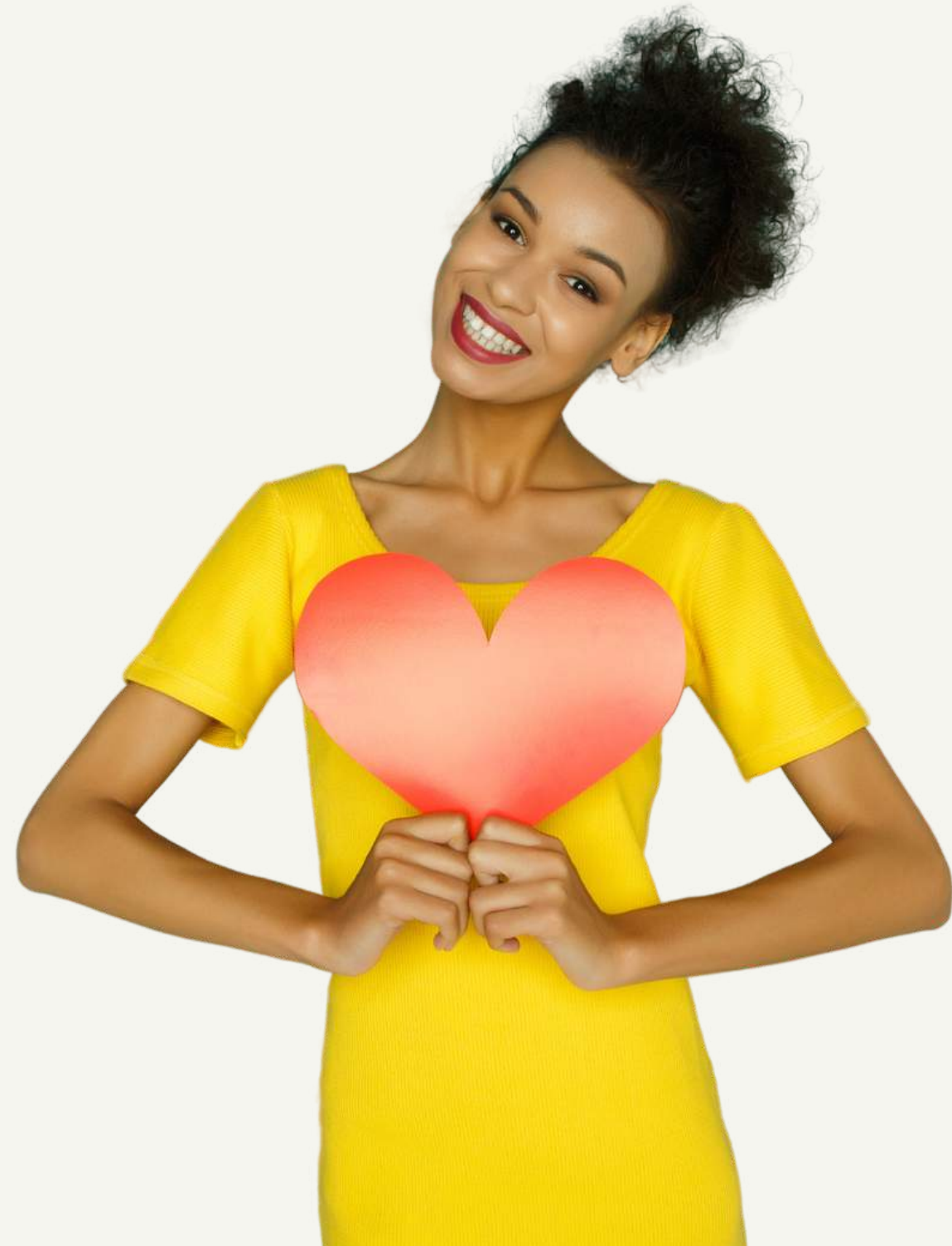
Ja **pomažem** ljudima koji imaju ili pokreću svoje biznise, da uspešno prošire svoje ideje na Internetu, **dodju do što većeg broja ljudi**, budu uspešni, **ostvare** pasivan prihod i budu nezavisni.

Verujem da samo srećni, ostvareni i uspešni ljudi mogu da menjaju svet na bolje.

Pazimo jedni druge i menjamo svet na bolje.



Šta smo do sada uradili

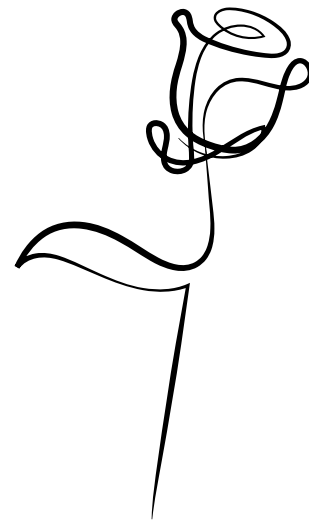


SASVIM
DIGITALNO

Prešli smo najzahtevniji deo

- Naučili šta je lični branding
- Naučili razliku između marketinga i brandinga
- Naučili kako da napišemo priču svog brenda
- Naučićeš zašto ljudi prate i kako da središ profil da te ljudi prate

SASVIM
DIGITALNO



Šta ste spakovali u riznicu?

**Reci mi i zaboraviću.
Pokaži mi, možda ću zapamtiti.
Uključi me i razumeću.**

— Konfučije



Šta ste spakovali u riznicu?